Global Science Publishing

扬州香粉与清代江南女性装饰消费

张秋媛
扬州博物馆，江苏扬州225125

摘要：晚明以降，江南地区经济发展，女性装饰性消费种类繁多，但更多地限于富贵人家，普通女性基于经济条件，难以得现，但扬州香粉的出现则满足市场需求。这种涵盖所有阶层的需求不但带动扬州香粉产业的发展，也反映随着自身经济实力的提高，江南女性展现出与传统史料下中国女性遵守封建儒家礼教道德“守经”形象的对立。

关键字：清代；江南；女性消费；香粉

Yangzhou Perfume Powder and the Decorative Consumption of Jiangnan Region Women in the Qing Dynasty

Qiuyuan Zhang
Yangzhou museum, Yangzhou 225125, Jiangsu

Abstract: The economy of Jiangnan region has developed since the late Ming Dynasty. The women’s decorative consumption has become more and more diverse, but it is mostly limited to wealthy families. Although ordinary women have difficulty in obtaining it due to economic conditions, the perfume powder which made in Yangzhou meets market demand. This demand covering all classes not only drives the development of the perfume powder industry in Yangzhou, but also reflects that with the improvement of their own economic strength. Women in Jiangnan Region show the opposite of the image of Chinese women in traditional historical materials who abide by the feudal Confucian ethics and morality.

Keywords: the Qing Dynasty; Jiangnan Region; Women’s consumption; Perfume powder

1 引言

关于扬州香粉的研究，韦明铧先生在二十多年前撰有《闲话扬州“戴春林”》，详细介绍戴春林香粉的历史，认为扬州的香粉对明清乃至民国初年的南北社会风气产生过重要影响，不仅影响了南北各阶层女性的生活方式，也影响了许多都市的商业市场行情 [1]。近年来郑连平先生撰有《初探天下香料为何莫如扬州》，依据史料提出扬州香粉制作最早的店家应该是《香乘》中的崔家，并认为扬州香粉在占据天时地利人和的同时，遵循中医之道，不断创新，提出天下香料莫如扬州 [2]。

前人的研究确实理清了扬州香粉业的发展，但两位先生仅仅只是罗列各香粉店的历史，并未能将扬州香粉业的发展放在当时的社会消费背景下进行

研究，对扬州香粉兴起的原因未加思考，也未对消费主体做探讨。

关于明清江南女性消费最具代表的是巫仁恕先生的《奢侈的女人——明清时期江南妇女的消费文化》，论著使用大量的地方志、小说和图文资料论述了女性在江南消费行为中的重要性，分析女性如何有能力消费奢侈品消费，以及女性的消费行为对流行风尚和产业结构的影响 [3]。黄景斌博士的《十八世纪以降江南居民的消费》对居民消费做了量化估计 [4]。但是对女性消费都主要集中在服装、首饰和游玩，消费群体主要集中在上层群体，缺乏对一般居民的关注，以及对所有女性消费必需品——香粉缺少关注。

为此，再次陈明事例，略窥扬州香粉业与明清江南女性消费的关系，以期深化相关问题研究。

2 清代扬州香粉业概述

扬州香粉名扬天下，清代民间甚至流有“苏州胭脂扬州香粉”的俗语。康熙皇帝第五次南巡时，有地方官员“进皇妃、贵人宫主扬州香球、香袋、各种异样名香”[5]，邑人李斗在《扬州画舫录》就自豪的道：“天下香料，莫如扬州”[6]。清代文集、笔记、小说多次提及扬州香粉，道光时江苏巡抚李星沅在奏报浙江、江苏等地匪徒沿路抛掷食物诳骗孩童时提及一名叫姚照璧的安徽贵池县人“在泰州香店生理，赴扬买香料”[7]。小说《绿野仙踪》中借周琏之为府、道的准备的立夏节礼，提及：“惟扬州香料比别处的都好”，并要求要派一个“细心的人去”[8]。现将扬州香粉铺名号罗列以供了解。

郑连平先生以明人周嘉胄《香乘》中介绍扬州崔家制香薄荷方子的材料，将扬州香粉的历史提到明代嘉靖、万历年间 [9]。但崔家制香规模、有何精益尚不得而知。而将扬州香粉品牌带向全国的，仍属创立于明崇祯年间的戴春林。戴春林以桂花油和香料最为精明，所有材料“皆取之于苏，而法苏极精”，其中，安息香最为出名，“香中细篾先埋土中三年，然后取出削制，以此焚香时绝少灰煤”[10]。道光年间的《补红楼梦》中对戴春林亦有描述：“在扬州又买了一千银子货物，带回家去发卖。又在埂子上，到戴春林家，自己买了好些香货，带回以便送人之用”[11]。一直到清末，戴春林都处于扬州香粉业鳌头。

戴春林兴起之后，张元书香铺开始崭露头角。张元书香铺得益于曾出任山东巡抚的江畹香，江在住持乡试时，曾在张元书香铺定制汉瓦、圭、璧等形状香料，并分发给每一位参加考试的学子，后来这种香料被士子所追捧，得名“状元香”。乾隆时王锦云有，“方丈纱笼丞相贵，牡丹诗报状元香。”

嘉庆、道光年间，薛天赐香铺崛起，其香粉行销京城，被称之为“京货”。随后兴起的是创立于道光年间的谢馥春。谢馥春店址最先设在扬州下铺街，后迁徐凝门外码头。太平军攻占扬州后，谢馥春在仙女镇重新挂起谢馥春招牌，后又在仙女镇西头开设分店。同治三年（1864）战乱结束，谢怀回到扬州，在辕门桥开设店址，后在今东关街谢家巷开辟作坊，这就是如今谢馥春化妆品有限公司所在地。

谢馥春的创始人谢宏业将香粉与中药巧妙结合，并根据时令选用各色鲜花制成香粉，从而形成自己的风格。在用料上，谢馥春除了选用广东铅粉，还请邵伯糊粉坊专门为自己加工石粉、豆粉和米粉。在工艺上，谢馥春不断推进新的制粉工艺，最先采用鲜花熏染和冰片定香的工艺，鲜花熏染是用银皮纸将鲜花包好，放置在湖粉中，再用银边纸将湖粉包裹起来，放置在覆有金丝网不见明火的炉子上，不断翻覆，促使湖粉吸收花香；冰麝定香，即采用麝香和冰片作为香料，以达到恒定香源、持久留香的目的。随着香精传入我国，谢馥春又及时改进工艺，以香精取代以前的老工艺。在产品种类上，谢馥春推出新产品，以适合更广大的市场。如推出适合藏族的藏香，适合伊斯兰教的白芸棒香，还为文人提供适合文雅佩玩的香件 [12]。

吴正泰香店在扬州众多香粉店中资历是最浅的，1836年开门营业。太平军攻占扬州后，店铺一度歇业，后搬迁至仙女庙重新开张，并取名“吴正泰”。1896年，店主吴康平又回到扬州，在左卫街

头（今国庆路）开店。除沿袭扬州香粉业一贯的混以中药作为原料的传统外，还在香名、香型和香色上进行改进，所产的避瘟香、幸福香、卫生香在民国时还曾在国外展出获奖。吴正泰香店的纸钱香烛成为老扬州四时祭祖拜佛的必备品。

3 明清江南女性装饰消费

明清以来，江南女性用于装饰上的消费不断增加，主要围绕在服装、首饰、化妆品等修饰品。在衣料选用上，自晚明开始往绫罗绸缎发展，清人陈祖范提及常熟县的情况：“往时衣服多布葛，冬寒绝少裘者。今出必重裘以为美观，余时非罗绮不御矣”。康熙末年“往时及见里中素封之家，所服不过绢褐苎布而已，今则绸不足而纱之，纱不足而缎之，缎不足而绫之锦之，甚且裘以银鼠，裼以紫貂”[13]；乾隆时期的无锡“以布为耻，绫缎绸纱，争为新色新样，北郭尤甚”[14]。

纹样刺绣上女装也极尽精致，流行趋势演化纷繁，清初“初施于襟条以及看带袖口，后用满绣、团花，近有洒墨淡花”，领口“大者裁百绫为云样，披及两肩，胸背刺绣花鸟，坠以金珠宝石钟铃”[15]，乾隆中“有顾绣，有镂彩，有织金、盘金、泥金、又有纵钱，有二色锦、八团花、八团金等制”[16]，晚清时“湖绉杭线，视为寻常，金绣错彩，各色不一，边沿逾数寸”[17]。

就连身处江北的扬州亦深受江南服饰奢侈之风的影响，李斗在《扬州画舫录》中谈到州服饰之变：“十数年前，缎用八团，后变为大洋莲、拱壁兰颜色，在前尚三蓝、朱、墨、库灰、泥金黄，近用膏粱红、樱桃红”[18]。

追求衣服布料、样式的风尚所费不靡几乎是中产之家一年之用，即使是当时全国最为富庶的苏州妇女“其按时鲜服，皆女红余力所制，而年间不过三四著而已”[19]，“衣服用绸缎，其在富家，止一二求，犹待吉庆时服之”[20]。然而“得之者不以为僭，而以为荣；不得者不以为安而以为耻”[21]。

在这种效仿的心理反映清代下层妇女透过模仿上层的消费来彰显自己的地位，特别是清代江南大量种植桑、棉等经济作物，棉布、丝绸生产成为江南诸州县的显业，松江、江阴“举县之民，咸资以为生”[22]，无锡、金匮二县“邑中女红最勤纺”[23]，范金民先生曾对明清江南丝绸生产量有过估算，认为，清代前期民间织机可能达到8万台，每年约生产苏州纱缎260万匹，或南京妆花缎128万匹，或宁绸304万匹，或濮院绸等1400万匹，按乾隆时濮院绸每匹1.08两计算，乾嘉年间，每年丝绸生产价值在1500万两 [24]。女性在家庭劳动方面的生产效率得到提高，成为江南地区家庭收入的主要来源，当时有“女工勤者，其家必兴；女工游惰，其家必落”的时谚。女性从事手工业获得额外经济收入，促进了效仿之风的盛行。此时市场上大量出现售卖物美价廉的小件女性用品的商铺，如江宁城就出现专营女子闺阁之用的星货铺，产品涵盖衣领、荷包、扇套、义髻、步摇、闹妆等物，扬州香粉迎合了这一消费空白市场。前人认为扬州香粉在清代畅销全国的原因是由于扬州香粉制作精细：“同一货也何以一家独擅？非有秘授之法，特格外认真耳”[25]。但也不应忽视，扬州香粉对消费群体涵盖所下的功夫，谢馥春依照不同的消费者经济能力，制定出漆盒、锡盒、锦盒、缎面绒里、纸盒等不同包装。若不是清代女性经济收入的增加，兼及江南奢侈风尚的北上，扬州香粉制作再精良也难有受众如此之广。

市场供求关系失衡也催生大量冒牌的字号，或有小贩对香粉掺兑以降低价格迎合下层女性消费群体，这对扬州香粉造成极大的损害，民国《江都县续志》也提到戴春林的式微是由于假货的冲击：“洪杨乱后，戴春林多至十余家，购物者莫辩真伪。”即使是在当时一枝独秀的谢馥春也遭受到仿冒品的冲击谢馥春。继而引发出中国历史上一桩商标官司。但从反面来看，当时整个女性消费市场是极其活跃的。

4 结论

清代女性对扬州香粉的热衷，是女性对外表美的追求，是一种高于基本保暖御寒生存的需求，满足自我、实现自我的需求。显示明清江南自棉、

桑等商品性作物大规模耕种以来，普通女性获得更多的劳动机会，她们通过自身的劳动有了独立的经济收入，在江南的某些以棉、丝绸纺织为中心的市镇，女性的收入甚至超过男性。在这种情况下，普通女性的经济地位得到大大的提升，女性有能力支持投入更多的财力在皮肤护理、头发养护、妆容修饰。这种女性对提高自我外表的需求，特别是广大普通女性促进扬州香粉的兴盛有着密切的关系。为应对各个阶层的需要，扬州的香粉铺子将产品、包装分出不同的档次，这也刺激扬州香粉业的从业者不断改进创新，在全国消费市场占有一席之地。

在同一时期的欧洲，涂抹红色胭脂被认作是出身不好的女性才会使用，描写美国南北战争著名小说《飘》中就有一段斯嘉丽想买胭脂被拒绝的对话：“脸上涂抹颜料啊。我的宝贝，只有那些坏女人才用那种东西。”但贵族女子们依旧通过脂粉拥有亮丽的肤色，展现健康状的面色红润。在清代，统治阶级极力倡导贞烈观念，提出“质朴自妍”“外简束，内静修”，这显然与当时的社会风气呈现对立的表现，展现出与传统史料下中国女性遵守封建儒家礼教道德“守经”形象的对立，也反映随着经济收入的增加，女性开始逐渐走向独立自主。追求健康、自信的妆容，是她们潜意识的表现。

参考文献

[1]韦明铧.闲话扬州“戴春林”[J].档案与建设，1999(2).
[2]郑连平. 初探“天下香料”为何莫如扬州[J]. 江苏商论，2014(12).
[3]巫仁恕.奢侈的女人——明清时期江南妇女的消费文化[M].北京：商务印书馆，2016.
[4]黄景斌. 十八世纪以降江南居民的消费[D]. 南京：南京大学，2006.
[5][清]汪康年辑.圣祖五幸江南全录[M].振绮堂丛刊初集，复印件.
[6][清]李斗著,陈文和点校.扬州画舫录：卷九《小秦淮录》[M].扬州：广陵书社，2010：103.
[7]李星沅撰.覆奏访拿术诳幼孩匪徒折子[A]//李文恭公遗集：卷四十七《奏议十一》[C].清同治五年李概等刻本.爱如生中国基本古籍库.
[8][清]李百川著. 绿野仙踪：第八十二回[M]. 旧钞本.
[9][明]周嘉胄著， 壅琦点校. 香乘：卷二十四《墨娥小录香谱》[M].杭州：浙江人民美术出版社，2016：384.
[10]铁庵著.人物风俗制丛谈[M]. 上海： 上海书店， 1988：31.
[11][清]娜嬛山樵著.补红楼梦：卷二十二回[M].呼和浩特：内蒙古人民出版社，2014：197.
[12]谢馥春化妆品有限公司. 相关材料[Z].
[13]康熙《淞南志》卷一《风俗》[M].
[14]光绪《无锡金匮县志》卷三十《风俗》[M].
[15]叶梦珠.阅世编：卷八[M].
[16]杨树本.濮院琐志：卷六《习尚》[M].
[17]双林镇志：卷十五《风俗》[M].
[18]李斗著,陈文和点校. 扬州画舫录：卷九·小秦淮录[M].扬州：广陵书社，2010：103.
[19]刘因之. 谰言琐记[M]//丛书集成续编. 第96册.
[20]诸世器. 菉溪志：卷四[M]. 清·乾隆年间.
[21]叶梦珠. 阅世编[M].
[22]江阴县志：卷三《物产》[M]. 清·乾隆年间.
[23]无锡金匮县志：卷三一《物产》[M]. 清·光绪年间.
[24]范金民.明清江南商业的发展[M]. 南京： 南京大学出版社,1998：31－32.
[25][清]欧阳兆熊,金安清著,谢兴尧点校.水窗春呓：卷下《四远驰名》[M]. 北京:中华书局,1984：63－64.

Copyright © 2025 by author(s) and Global Science Publishing Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access